

## 計畫書摘要表

### 一、計畫內容摘要(約 100 字)：

根據台灣區飲料工業同業公會資料顯示：2020 年起飲料製造業家數超過 590 家，茶類及碳酸飲料類佔整體前二大銷售量，市場有大量需求，故飲料製造業及銷售業強化供應鏈關鍵因素：

- (1)飲料製造業透過永續採購策略，邁向永續供應鏈管理。
- (2)建立包材與充填代工關鍵為 In-house 廠中廠連線生產模式。
- (3)透過「零距離」的服務，成為疫情期間、不受斷鏈影響、持續生產的關鍵。

南亞食品以本計畫二代接班團隊作為轉型開端，透過轉型服務流程建立及實作：

- (1)採購端自動採購應用及供應商 LINE 服務流程應用。
- (2)銷售端電商購物消費分析及經銷商 LINE 服務。
- (3)整合串接庫存端精準庫存管理應用。降低生產物料叫貨、補貨時間、人力投入維護與提高生產品質，帶領公司拉近與供應端和客戶端的距離，持續投入符合期待之新市場。

### 二、轉型規劃：

南亞食品轉型策略目標：

- 1.資訊數位化：透過數位化將企業內各部門的流程及數據透通，讓不同部門之間能夠更有效率合作，減少彼此溝通成本與行政成本。
- 2.技術數位化：運用數位科技及工具結合公司內部/外部工作流程，優化供應商及經銷端的服務與提升工作效率。
- 3.行銷數位化：透過數據的蒐集與分析，找出消費者偏好及市場未來的趨勢，提供更佳的服務與提升自身市場競爭力。

### 三、產業地位：

南亞食品創立 72 年，於日據時代前身是『南亞化學工業株式會社』專營食品製造及加工有關之化學事業。南亞食品最為人所熟知產品維大力汽水，被視為臺灣藍領工人經常使用搭配酒精飲料的調酒用品。2020 年開始陸續擴充經銷體系及銷售客群，逐年增加銷售品項及通路。

### 四、預期效益

#### (一)量化效益(結案當年效益)

(1)增加產值 <u>6000</u> 千元	(2)產出新產品或服務共 <u>3</u> 項	(3)增加就業人數 <u>3</u> 人
(4)投入研發費用 <u>0</u> 千元	(5)促成數位轉型投資 <u>5000</u> 千元	(6)降低營運成本 <u>0</u> 千元
(7)帶動品質提升 <u>0</u> %	(8)縮短產品交付週期 <u>0</u> %	(9)提高客戶滿意度 <u>0</u> %
(10)增加員工工作效率 <u>0</u> %	(11)產能增加 <u>0</u> %	(12)營運效率提升 <u>0</u> %
(13)產品毛利率提升 <u>0</u> %	(14)研發成本下降 <u>0</u> %	(15)提供供應鏈業者市場情資 <u>0</u> 家
(16)營業額提升(包含國內外) 國內 <u>6000</u> 千元 國外 <u>0</u> 千元	(15)▲資訊系統支出 <u>1192</u> 千元 ◆雲端服務支出 <u>240</u> 千元 ◇公有雲 <u>240</u> 千元 (估資訊系統支出至少 20%) ◇私有雲 <u>0</u> 千元 ▲資訊安全支出 <u>0</u> 千元	(16)其他 1.提升關鍵研發人員2位薪資 4% 2.增加海外代理商合作銷售1家 3.縮短接單至交貨天數原 <u>10</u> 天 降至 <u>3</u> 天

## (二)非量化效益

### 1.短期(本次轉型計畫)效益：

- (1)經營管理接班團隊建立
- (2)傳統產業導入數位化服務
- (3)強化經銷商銷售合作意願
- (4)增加供應商供應品質效率
- (5)提高供銷管理數據掌握度

### 2.中期(結案後1年)效益：

- (1)核心團隊順利接班營運
- (2)引導公司數位化全面轉型
- (3)導入廠區智慧化產線
- (4)物流及配送資訊即時統合
- (5)新創產品研發及包裝設計

### 3.長期(結案後3年)效益：

- (1)建立大數據決策方案
- (2)支援內外銷產品策略
- (3)廠區產線可視化管理
- (4)拓展海外多經銷通路
- (5)自有創新化產品研發

填表說明：1.本摘要得於政府相關網站上公開發佈。

2.請重點條列說明，並以一頁為原則。

3.「增加企業海外營收」與「提高員工薪資」為企業申請計畫之必備效益，各別提供企業三階段條件，其中，基本必要條件為執行計畫至少須達到之必要效益，而次優條件與最優條件則具審查加分效果，企業得依衡量本身執行計畫能力與預期效益，自行選擇條件於計畫書內呈現，或企業也可自行訂定達成條件，但須經技術審之審查委員同意，若審查委員不同意，則企業至少應達成基本必要條件。